

<b>Project ID</b>	HUHR/1101/1.2.3/0001
<b>Acronym</b>	PANNON FLAVOURS
<b>Project Title</b>	Development of cross-border gastronomy routes in the Pannonian Basin



# A helyi gasztronómiai attrakciók minősítésének kézikönyve

*A Dél-Dunántúli Idegenforgalmi Közhasznú Nonprofit Kft.  
megbízásából készítette a MarkCon Csoport*

Szerkesztette: Pál Eszter

2015.



<b>Project ID</b>	HUHR/1101/1.2.3/0001
<b>Acronym</b>	PANNON FLAVOURS
<b>Project Title</b>	Development of cross-border gastronomy routes in the Pannonian Basin

## Tartalomjegyzék

1. Bevezetés
2. Hatósági szempontoknak történő megfelelés
3. A termék, avagy minőség elfogadható áron
  - 3.1. A termékek minőségének felmérése
  - 3.2. A helyi termékek megfelelő kihelyezésének, tálalásának, esztétikai értékének felmérése
  - 3.3. A helyi termékek funkcionális hasznosságának felmérése
  - 3.4. A helyi termékek imázs értékének felmérése
  - 3.5. A helyi termékek változatosságának felmérése (a termékszerkezet)
  - 3.6. A helyi termékek árának felmérése
  - 3.7. A helyi termékek csomagolásának felmérése
4. Döntés az értékesítés helyszínéről, a helyi termelői piacokon történő értékesítés feltételei
5. A saját helyszín fogadókészségének felmérése
  - 5.1. Megközelíthetőség
  - 5.2. Termék kipróbálási, kóstolási lehetőségek
  - 5.3. Személyi tényezők
  - 5.4. Vásárlási lehetőségek és feltételek
6. Marketingaktivitások megfelelése
7. Szálláshely minőségének felmérése
  - 7.1. Az idegenforgalmi célból hasznosított magánszálláshelyek osztályba sorolási, illetve minősítési követelményei
    - 7.1.1. *A fizetővendéglátó szálláshely osztályba sorolási követelményei*
    - 7.1.2. *A falusi szállásadás keretében hasznosított magánszálláshely minősítési követelményei*
  - 7.2. Üdülőházak osztályba sorolásának feltételei
  - 7.3. Turistaszállók osztályba sorolásának feltételei

Project ID	HUHR/1101/1.2.3/0001
Acronym	PANNON FLAVOURS
Project Title	Development of cross-border gastronomy routes in the Pannonian Basin



## 1. Bevezetés

Napjainkban egyre inkább megfigyelhető a gasztronómia, a táplálkozás felértékelődő szerepe. A tudatos fogyasztók száma pedig egyre jobban növekszik, nem csak globálisan, de elmondható, hogy a magyar társadalmon belül is. Ez a fogyasztói/vásárlói csoport a helyi, autentikus élelmiszerek iránt mindig is magas keresletet támasztott, de mellettük számos olyan vevő is akad, aki ugyan nem rendszeresen, de kuriózumként vagy akár ajándékként vásárol ilyen termékeket.

Annak ellenére, hogy sokan anyagi vagy egyéb okok miatt nem engedhetik meg maguknak, hogy helyi termékeket vásároljanak, a helyi termelőktől vásárolt gyümölcsök, tejtermékek vagy éppen méz készítmények valamilyen szinten mindig is a minőséget jelentették a fogyasztók szemében. A friss, megbízható termékek iránt, melyek minőségi alapanyagokból készülnek és hazai – akár helyi – termelők munkáját tükrözik, egyre jobban nő a kereslet.

Megállapítható, hogy az előbbi tényezők hatása együttesen azt eredményezi, hogy a helyi termelők is egyre nagyobb fontossággal bírnak, és a jövőben még inkább meghatározó szerepük lehet. Szerencsére ezt hazánkban számos intézmény és szervezet észrevette, ezért egyre több olyan forrás nyílt meg – akár pályázati finanszírozások formájában, akár kedvezményes banki kölcsönökön keresztül – mely lehetőséget teremt arra, hogy a helyi termelők fejlődjenek, és ez által hozzájáruljanak a magyar gazdaság fejlődéséhez a magyar gasztronómia népszerűsítéséhez.

Nyilvánvaló, hogy nem elég helyi terméket előállítani, ha az értékesítési feltételek nem megfelelőek, akkor az egyébként akár minőségi termék is veszít értékéből, eladhatatlanná válik. A tanulmány célja az előzőek miatt az, hogy bemutassa a helyi termelőket jellemző legfőbb tényezőket, és felmérési szempontokat sorakoztasson fel azok értékeléséhez. Különbőféle minőséget mérő szempontokat mutat be, melyek lehetővé teszik, hogy a helyi termelőket egymással össze lehessen hasonlítani és értékelni lehessen. A tanulmány célja ezen belül, hogy bemutassa, hogy milyen feltételeknek kell egy jó helyi termelőnek megfelelnie, ezáltal pedig arra is rámutat, hogy mely jellemzőkkel bíró helyi termelők lehetnek alkalmasak arra, hogy a dél-dunántúli gasztroturizmus meghatározó szereplőivé váljanak.

Project ID	HUHR/1101/1.2.3/0001
Acronym	PANNON FLAVOURS
Project Title	Development of cross-border gastronomy routes in the Pannonian Basin

Az írás középpontjában a helyi termelők fogadóhelyszíne, értékesítési terepe áll, mely alapvetően meghatározza a helyi termelőről kialakult képet a fogyasztók szemében, így kiemelkedő fontossággal bír. A saját fenntartású helyszínen értékelési szempontjai között a tanulmány az alábbi tényezőkre tér ki: megközelíthetőség, termék kipróbálási, kóstolási lehetőségek, személyi tényezők, valamint a vásárlási lehetőségek és feltételek.

## 2. Hatósági szempontoknak történő megfelelés

A helyi termelők iránt támasztott egyik alapvető követelmény, hogy működési gyakorlatuk megfeleljen a hatósági, törvény által előírt szempontoknak. A helyi termelőkre vonatkozó legfőbb jogszabályokra és szabályozási formákra az „A helyi termelővé válás folyamata” című tanulmány részletesebb formában is kitér, ezért itt most csak a legfontosabb törvényi alapokat jelentő jogszabályokat sorakoztatjuk fel.

A következőkben felsorolt jogszabályok a helyi termelők létrejöttére és gazdasági működésére, illetve bevételi forrásaira, az előállított termékek kereskedelmére vonatkoznak. Ezek az alábbiakat jelentik: (a felsorolás nem takarja az egyes törvények fontosságának sorrendjét)

### A helyi termelők létrejöttére és gazdasági működésére vonatkozó törvényi előírások

1.) Az 1995. évi CXVII. személyi jövedelemadóról szóló törvény és annak 3. és 6. melléklete. A törvény és mellékletei teljes terjedelmükben az alábbi linken tekinthető meg: [http://net.jogtar.hu/jr/gen/hjegy\\_doc.cgi?docid=99500117.TV](http://net.jogtar.hu/jr/gen/hjegy_doc.cgi?docid=99500117.TV)

2.) A 2009. évi CXV. törvény az egyéni vállalkozóról és az egyéni cégről. A törvény teljes terjedelmében az alábbi linken tekinthető meg:

[http://net.jogtar.hu/jr/gen/hjegy\\_doc.cgi?docid=A0900115.TV](http://net.jogtar.hu/jr/gen/hjegy_doc.cgi?docid=A0900115.TV)

3.) A 2006. évi V. törvény a cégnyilvánosságról, a bírósági cégeljárásról és a végelszámolásról. A törvény teljes terjedelmében az alábbi linken tekinthető meg:

[http://net.jogtar.hu/jr/gen/hjegy\\_doc.cgi?docid=A0600005.TV](http://net.jogtar.hu/jr/gen/hjegy_doc.cgi?docid=A0600005.TV)

4.) A 2007. évi CXXVII. törvény az általános forgalmi adóról

A törvény teljes terjedelmében az alábbi linken tekinthető meg:

[http://net.jogtar.hu/jr/gen/hjegy\\_doc.cgi?docid=A0700127.TV](http://net.jogtar.hu/jr/gen/hjegy_doc.cgi?docid=A0700127.TV)

Project ID	HUHR/1101/1.2.3/0001
Acronym	PANNON FLAVOURS
Project Title	Development of cross-border gastronomy routes in the Pannonian Basin



A helyi termelők bevételszerzésével, általuk előállított termékek értékesítésével kapcsolatos törvényi előírások

5.) A 2005. CLXIV. törvény a Kereskedelemről. A törvény teljes terjedelmében az alábbi linken tekinthető meg: [http://net.jogtar.hu/jr/gen/hjegy\\_doc.cgi?docid=A0500164.TV](http://net.jogtar.hu/jr/gen/hjegy_doc.cgi?docid=A0500164.TV)

6.) és a 2011. évi CXXXV. törvény a kereskedelemről szóló 2005. évi CLXIV. törvény módosításáról. A törvény teljes terjedelmében az alábbi linken tekinthető meg: <http://www.complex.hu/kzldat/t1100135.htm/t1100135.htm>

7.) Az 55/2009. (III.13.) Kormányrendelet a vásárokról és a piacokról és a 260/2011 (XII.7.) módosítások. A kormányrendelet teljes terjedelmében az alábbi linken tekinthető meg: [http://www.complex.hu/jr/gen/hjegy\\_doc.cgi?docid=A0900055.kor](http://www.complex.hu/jr/gen/hjegy_doc.cgi?docid=A0900055.kor)

8.) Az 51/2012. (VI. 8.) VM rendelet a helyi termelői piacokon történő árusítás élelmiszerbiztonsági feltételeiről. A rendelet teljes terjedelmében az alábbi linken tekinthető meg: [http://net.jogtar.hu/jr/gen/hjegy\\_doc.cgi?docid=A1200051.VM](http://net.jogtar.hu/jr/gen/hjegy_doc.cgi?docid=A1200051.VM)

9.) Az 52/2010 (IV.30.) FVM rendelet a kistermelői élelmiszer-termelés, -előállítás és értékesítés feltételeiről. A rendelet teljes terjedelmében az alábbi linken tekinthető meg: [http://net.jogtar.hu/jr/gen/hjegy\\_doc.cgi?docid=A1000052.FVM](http://net.jogtar.hu/jr/gen/hjegy_doc.cgi?docid=A1000052.FVM)

10.) Az élelmiszerek jelöléséről szóló 19/2004. (II. 26.) FVM-ESZCSM-GKM együttes rendelet. A rendelet teljes terjedelmében az alábbi linken tekinthető meg: [http://net.jogtar.hu/jr/gen/hjegy\\_doc.cgi?docid=A0400019.FVM](http://net.jogtar.hu/jr/gen/hjegy_doc.cgi?docid=A0400019.FVM)

11.) A 2008. évi XLVII. törvény a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról. Ebben főként az étkezésekhez, gyermekekhez kapcsolódó kézműves termékekre írnak elő KERMI engedélyezési, ill. tanúsítási kötelezettségeket, valamint megszabják a forgalmazás során a fogyasztók tájékoztatása érdekében követendő feladatokat. A rendelet teljes terjedelmében az alábbi linken tekinthető meg: [http://net.jogtar.hu/jr/gen/hjegy\\_doc.cgi?docid=A0800047.TV](http://net.jogtar.hu/jr/gen/hjegy_doc.cgi?docid=A0800047.TV)

Az előzőekben felsoroltakon kívül bizonyos esetekben az egyes helyi termelőkre, illetve termékekre termékcsopontonként más és más jogi szabályozás is vonatkozik.

Project ID	HUHR/1101/1.2.3/0001
Acronym	PANNON FLAVOURS
Project Title	Development of cross-border gastronomy routes in the Pannonian Basin



### 3. A termék, avagy minőség elfogadható áron

A helyi termékek fogyasztásának és értékesítésének számos előnye van. Egy tanulmány, mely a Csákberényi Helyi Piac felmérésének céljából született az alábbiakban foglalta össze a helyi piacok működésének, illetve a helyi termelőktől vásárolt termékek fogyasztásának előnyeit.

(A tanulmány teljes terjedelmében az alábbi linken tekinthető meg:  
[http://vercse.hu/tanulmany\\_csakbereny\\_piac\\_2013.pdf](http://vercse.hu/tanulmany_csakbereny_piac_2013.pdf))

#### Előnyök:

1. A helyi termék vásárlása előnyösen hat a helyi, települési gazdaságra. A gazdálkodó családoknak pótlólagos jövedelmet, bevételt jelent, a vásárlóknak pedig nem kell beutazni a városokba a termékekért (vagyis megmarad az utazásra szánt költség).
2. A helyben termesztett zöldség, gyümölcs frissebb, mint a nagyáruházak polcain található élelmiszerek. A helyi termékek döntő többségében a piaci napot megelőzően kerülnek leszedésre, betakarításra, míg az áruházak polcaira kerülő termékek hosszas szállításon keresztül jutnak el a boltokba. A szállítás miatt a zöldségek, gyümölcsök leszedése a normál érési idő előtti, hogy a szállítási idő alatti érési időt is beleszámítva a polcokra kerülve mutassák a legjobb szint, formát. Ez természetesen a minőség rovására történik, mert nem találjuk meg azt az íz-világot, vitamin-tartalmat, amit ezek a termékek frissen leszedve tudnak nyújtani nekünk, fogyasztóknak.
3. Ebből is következik, hogy a helyi élelmiszereknek jobb az íze. A külföldi eper, paradicsom fogyasztása során szoktuk megfogalmazni leggyakrabban, hogy a helyi termékben a helyi talaj és a helyi napsugár íze, zamata is benne van, ami páratlan az egész világon.
4. Mivel a helyi termékek helyben kerülnek értékesítésre, nem kell elviselniük a hosszú hajóutat, a szállítást és a hosszú hűtőházi tárolást. Ebből kifolyólag kezelőszereket, vegyszereket sem alkalmaznak az eladhatóság érdekében. Déli gyümölcsöknél találkozhatunk azzal az eljárással, hogy a banánt, citrusféléket vegyszeresen kezelik azért, hogy a hosszú hajóutat elviseljék, ne menjenek idő

Project ID	HUHR/1101/1.2.3/0001
Acronym	PANNON FLAVOURS
Project Title	Development of cross-border gastronomy routes in the Pannonian Basin



előtt tönkre. Szintén a szállítás során (főként a hajófenékben szállított termékeknél) rengeteg bakteriális fertőzés támadhatja meg az élelmiszereket, ami a szervezetünkbe kerülve számtalan betegséget okozhat. A helyi termékek fogyasztásával ezt elkerülhetjük.

5. A helyi termékek fogyasztása kevésbé szennyezi a környezetet. Annak köszönhetően, hogy a helyi termék lényegesen kevesebbet utazik, a fogyasztásuk jelentősen csökkenti a környezet terhelését.
6. A helyi élelmiszer nem tartalmaz adalékanyagokat, vegyszermaradványokat, amelyekkel a nagyüzemi termelés próbálja azokat az ízeket, színeket, látványt visszaadni, amit a nagyüzemi termelési körülmények, a kizsarolt talaj, helytelen tárolás és szállítás a mennyiségi szemléletmód miatt a minőségen elveszít. Pl. a helyi piacon vásárolt tojás sárgája természetes színű, az abból készült sütemények gusztusosak, szemben a mesterséges színezéssel kezelt tojásokkal, amelyen felnyitás után már látható a külső vegyszeres beavatkozás nyoma.
7. A helyi termékkel kapcsolatos probléma esetén a helyi termelő gyorsabban, hatékonyabban felelősségre vonható, mint a szupermarket. A termelőnek érdeke a minőségi termék, hiszen gyakran a saját arca az a brand, amit értékesít.
8. A helyi termékek értékesítése előtérbe helyezi a házi, manufakturális előállítási módokat. A termelők megmaradhatnak vagy visszatérhetnek ősi, hazai fajták termesztéséhez, amelyek nemzeti örökségeink, kultúránk része. Előkerülhetnek családi receptek, amelyek még marketing elemként is kiválóak. Ősi állat- és növényfajtákat lehet ismét megismerni, valamint a feldolgozási folyamatban a kétkezi munka, odafigyelés, törődés mutatkozik meg minden lépésnél.
9. Nem utolsó sorban pedig a helyi termékek vásárlásával a saját környezetünket támogatjuk, hozzájárulunk ahhoz, hogy a településünk gazdaságilag fejlődjön, életképes, élhető és sikeres legyen.

A korábban hivatkozott tanulmány a hátrányok felmérésének célját is kitűzte maga elé, azonban a szerzők elemzéseink során nem találtak a helyi piaccal, helyi termékkel kapcsolatos hátrányokat.

Általánosságban megállapítható, hogy ha a helyi piacok üzemeltetői és az ott termékeiket értékesítésre felkínáló termelők betartják, kizárólag csak pozitív hatást



Project ID	HUHR/1101/1.2.3/0001
Acronym	PANNON FLAVOURS
Project Title	Development of cross-border gastronomy routes in the Pannonian Basin



eredményeznek a helyi lakosoknak, kiknek pozitív élményben lehet részük. Az elvárások, szabályok betartása természetesen feladatot ró mindenkire, tehát nagyobb odafigyeléssel, gondoskodással, felelősségérzettel lehet a helyi termékeket piacra vinni. A termelőnek azt kell szem előtt tartania, hogy olyan élelmiszert adjon el, amit ő is szívesen fogyasztana, így a minőségi elvárások magasak maradjanak önmagával szemben is.

### 3.1. A termékek minőségének felmérése

A helyi termékek már önmagukban is jelentenek egyfajta minőséget, és a helyi előállítás miatt többletértékkel bírnak a fogyasztók számára. Ennek ellenére a helyi termékek minőségének felmérésénél számos szempontra oda kell figyelni.

Elsődleges szempont annak felmérése, hogy az adott termék egyáltalán **alkalmas-e az ember általi fogyasztásra**. Ezen belül meg kell vizsgálni, hogy az adott termék

- nem romlott-e,
- nem került-e rá fogyasztásra alkalmatlan és az emberi egészségre káros anyag,
- megfelelő körülmények között tartják-e (p.: ha tejtermék, tojás, egyéb romlékony termék, akkor hűtőszekrényben)

Következő szempont lehet a **termék frissességének felmérése**. Ezen belül meg kell vizsgálni, hogy az adott termék

- feldolgozott áru esetén mennyi idő múlva került feldolgozásra
- megtartotta-e eredeti, a fogyasztók által leginkább elvárt állagát, struktúráját (házi cipó, kenyér ropogós maradt-e, ha annak kell lennie, a gyümölcs lédús-e, ha annak kell lennie)

Fontos megjegyezni, hogy termékcsopontonként eltérő az az időtáv, amíg még megfelelően frissnek tekinthetünk egy terméket. Egy bor esetén például kifejezetten jó, ha minél régebbi.

A frissességet és a fogyasztásra alkalmasságot számos érzékszervünkkel megvizsgálhatjuk, például megnézhetjük, megszagolhatjuk, megtapodathatjuk a terméket. Ha furcsa illata van, vagy furcsa színe (esetleg penészes), akkor minden



Project ID	HUHR/1101/1.2.3/0001
Acronym	PANNON FLAVOURS
Project Title	Development of cross-border gastronomy routes in the Pannonian Basin



bizonytal nem megfelelő az áru, rossz minőségű vagy romlott. Megjegyzendő, hogy itt is lehetnek kivételek például egy penészes sajt (ami direkt nemes penészes burokból érlett) kiváló minőségű, egy aszalt gyümölcs pedig direkt van összeaszalódva ebből kifolyólag már nem zamatos, lédús állaggal rendelkezik.

### 3.2. A helyi termékek megfelelő kihelyezésének, tállálásának, esztétikai értékének felmérése

Az itt felsorolásra kerülő szempont a **termék tállálásával kapcsolatos**. Ebben az esetben érdemes megvizsgálni, hogy az adott termék

- mennyire gusztusos (vizuálisan szép-e az elhelyezése, étvágygerjesztő-e)
- milyen környezetben van elhelyezve (pl.: szállják-e a legyek)
- milyen egyéb termékek mellett van elhelyezve (pl.: sajt mellett szőlő jól mutat)

A szempont meglehetősen szubjektív, de könnyen eldönthető, hogy a termék megfelelően kielégíti-e a fogyasztó vizuális igényeit. Egy egyszerű kérdésre kell megadnunk a választ: Tetszik, amit látunk, vagy nem tetszik?

### 3.3. A helyi termékek funkcionális hasznosságának felmérése

Külön kategóriát képez a helyi termékek kapcsán az, hogy az adott termék **mennyire felel meg** annak a **funkciójának**, ami miatt megvásárolják. Ezen belül fontos felmérni,

- hogy mennyire ízlik a fogyasztónak, illetve
- hogy mennyire tölti be azt a szerepét, hogy éhséget csökkentsen, jól lakjunk vele

### 3.4. A helyi termékek imázs értékének felmérése

Minden termék esetén a fogyasztó által észlelt érték a meghatározó. Ez sok esetben eltér attól az értékítéléstől, mellyel az eladó rendelkezik saját terméke iránt. A fogyasztók által megvásárolt termékek sok esetben imázs értékkel is rendelkeznek.

Egy-egy drágább vagy ismertebb helyi termék kiválóan alkalmas arra, hogy betöltse ezt a funkciót. Pl.: makói hagyma, gyulai kolbász, kalocsai paprika. Ezek olykor elnevezésükben is tartalmazzák az adott hely nevét, s sok esetben kinövik magukat a helyi termékek közül, ami viszont már egy másik kontextusban történő elemzést követel meg.

Project ID	HUHR/1101/1.2.3/0001
Acronym	PANNON FLAVOURS
Project Title	Development of cross-border gastronomy routes in the Pannonian Basin



Dél-Dunántúlon a stífolder vagy a szekszárdi borok ilyen, magas imázs értékkel bíró termékek lehetnek bizonyos fogyasztók szemében.

### 3.5. A helyi termékek változatosságának felmérése (a termékszerkezet)

A vásárlóknak sok esetben nem csak az fontos, hogy minőségi termékeket kapjanak, de **változatosság** iránti igényük is nagy lehet. Ezért sokszor egy plusz értéket jelent számukra, ha a helyi termelőnél több ízben, több színben, egyszóval minél többféle terméket tud megvásárolni egyrészt ugyanazon a termékkategórián belül másrészt kategóriákból is. Ennek felmérésénél érdemes lehet megvizsgálni, hogy

- hány féle termékcsoporthat értékesít a helyi termelő (pl.: borokat, sajtokat, gyümölcsöket)
- egy termékcsoporthat belül hány féle terméket értékesít a helyi termelő (almát, szőlőt, barackot)
- egy terméken belül hányféle változatot értékesít a helyi termelő (idared, jonatán, jonagold, starking almafajták)
- ezek az egyedi termékek mennyire függenek össze, mennyire konzisztensek egymással (pl.: bor kiválóan illik a sajthoz, sajt a szőlőhöz)

A marketing szakirodalom az előbbieket a termékszerkezet tulajdonságaiként nevesíti, és a szélesség, hosszúság, mélység és konzisztencia szavakkal illeti, mely értelemben

- a szélesség: a termékvonalak számát jelenti, a termékvonala pedig a szorosan összetartozó termékek csoportját (hasonló funkció, azonos célcsoport, ársáv, értékesítés)
- a hosszúság: a termékmixben található termékfélék számát jelenti
- a mélység: azt jelenti, hogy a termékvonala egyes tagjait hány változatban kínálják
- a konzisztencia: azt jelenti, hogy az egyes termékvonalak milyen szorosan kapcsolódnak össze a termelés, az értékesítés, a fogyasztói funkciók szempontjából

<b>Project ID</b>	HUHR/1101/1.2.3/0001
<b>Acronym</b>	PANNON FLAVOURS
<b>Project Title</b>	Development of cross-border gastronomy routes in the Pannonian Basin



### 3.6. A helyi termékek árának felmérése

A fogyasztók számára nagyon fontos, hogy megfelelő minőséget kapjanak megfelelő áron. Ha túl magas a termékek ára, akkor nem vásárolnak belőle szívesen, vagy csak kisebb mennyiséget, viszont az igazi problémát nem a magas ár, hanem az jelenti, hogy ha a termék minőségével nincs összhangban ára (túlárazzák vagy alulárazzák).

A termék túlárázása esetén sem fognak vásárolni a vevők, de a termék alulárázása is gondot jelent. A fogyasztók a termék árát sok esetben annak minőségével azonosítják, tehát egy olcsó termékről sok esetben azt feltételezik, hogy rossz minőségű. A helyi piacok különlegessége és egyedisége abban rejlik, hogy ilyen termékeket áruházakban, bevásárló centrumokban nem lehet kapni, vagy csak megfizethetetlenül drágán. Számos kutatás alátámasztja, hogy a fogyasztók a jó minőségű helyi termékek esetén magasabb árat is hajlandóak megfizetni, viszont az esetleges félreárazás elkerülésére ebben az esetben is oda kell figyelni.

Fontos tehát, hogy a termék minőségével tisztába legyünk és annak megfelelően szabjuk meg árát. A felmérési szempont ebben az esetben annak szubjektív megállapítása, hogy a termék árát elfogadhatónak tarjuk-e, esetleg túl drágának, vagy túl olcsónak érzékeljük.

### 3.7. A helyi termékek csomagolásának felmérése

Ugyan bizonyos termékek (pl.: gyümölcsök) csomagolás nélkül kaphatóak, számos helyi terméknek van csomagolása. Fontos, hogy a csomagolás betöltse funkcióit, különben a termék értékének, minőségének csökkenése következhet be. A csomagolás funkciói az alábbiak:

- termék védelme a környezettől
- a környezet védelme a terméktől
- termékkel kapcsolatos információk bemutatása
- figyelemfelkeltés
- az elosztás egyszerűsítése
- a vásárló esztétikai igényének kielégítése
- a törvényi előírások kielégítése

<b>Project ID</b>	HUHR/1101/1.2.3/0001
<b>Acronym</b>	PANNON FLAVOURS
<b>Project Title</b>	Development of cross-border gastronomy routes in the Pannonian Basin



A helyi termékek csomagolásának felmérésénél tehát az előző tényezőknek történő megfelelés vagy nem megfelelés javasolt figyelembe venni.

#### **4. Döntés az értékesítés helyszínéről, a helyi termelői piacokon történő értékesítés feltételei**

Minden kereskedelmi tevékenységet végző vállalkozás számára kiemelten fontos annak eldöntése, hogy milyen helyszínen kívánja értékesíteni termékeit. A helyi termelők alapvetően őstermelői, egyéni vállalkozói és céges formában működhetnek. A működési forma már eleve meghatározza azt, szoros kapcsolatban áll azzal, hogy az adott termelő milyen helyszínt fog a termékek értékesítésére választani.

A helyi termelőknek alapvetően a következő lehetőségeik vannak termékeik értékesítési helyszínének megválasztására:

- háznál
- piacon
- helyi boltban
- interneten
- szakboltban
- szupermarketben
- felvásárlónál, nagy tételben
- mozgó árusnál
- sehol

Ebben a fejezetben csupán két típusra, az interneten, illetve a helyi termelői piacon történő értékesítésre térünk ki. A következő fejezet - egyben a tanulmány gerincét is adva – részletesen foglalkozik a háznál, saját területen értékesített termékek felmérési szempontjaival.

Míg egy őstermelőnek vagy egy kisebb értékesíteni kívánt mennyiséggel rendelkező egyéni vállalkozónak jellemzően nincsen külön az értékesítés céljából fenntartott kereskedelmi üzlete, és sok esetben a termék elkészítésének helyszínén, akár „háznál” árulja termékeit. Míg ezzel ellentétben egy vállalati formában működő cég már

Project ID	HUHR/1101/1.2.3/0001
Acronym	PANNON FLAVOURS
Project Title	Development of cross-border gastronomy routes in the Pannonian Basin



valószínűleg rendelkezik akkora bevétellel, hogy fenntartsion egy üzlethelyiséget, sőt esetleg külön alkalmazottat fizessen.

Az információs-technológiai fejlődés hatására olykor már a helyi termelőknek is lehetőségük nyílik arra, hogy **online felületen keresztül értékesítsék termékeiket**. Ennek számos előnye és hátránya van.

#### A legnagyobb hátrányok az online értékesítésben:

- a vevő nem tudja felmérni a termék minőségét, csak egy előzetesen feltételezett minőségképpel rendelkezik. Nincs lehetőség rá, hogy megtapogassa, megszagolja, szemügyre vegye a terméket. problémák lehetnek a rendszer biztonságosságával
- a kommunikációs sávszélesség sok helyen még nem elegendő, egyes tranzakciók nagyon lassúak
- a vevők bizalmatlanok az elektronikus úton történő fizetési módokkal szemben

#### A legnagyobb előnyök az online értékesítésben:

- sokkal kényelmesebb a vásárlás, nem kell elutazni a helyi termelőhöz, otthon, akár a kanapén ülve elvégezhető a tranzakció.
- a terméket házhoz szállítják, kevesebb időt igényel annak beszerzése.
- egy webáruházban nagyobb lehet a választék, ha több helyi termelő termékeit is értékesítő oldalról beszélünk.
- olcsóbb, hiszen ezek az áruházak általában sokkal kedvezőbb árat tudnak biztosítani a vevők számára, hiszen nem kell olyan költségekkel számolnia, mit egy hagyományos üzlettulajdonosnak, ilyen például a üzemeltetés, helységbérlés, alkalmazottak költségei, stb.

Az online értékesítés esetén a felmérési szempontok gyakorlatilag azt takarják, hogy **mennyire képes az adott eladó a hátrányokat kiküszöbölni**, például a minőség megítélését segítő képeket bemutatni, bizonyítványokat felmutatni, vagy alternatív fizetési módokat biztosítani. Másik szempont, hogy **mennyire képes a potencionális előnyöket kihasználni**, például nagyobb választékot nyújtani, ilyen webáruházhoz csatlakozni, vagy olcsóbban értékesíteni a termékeket.

Meghatározó értékesítési terület a **helyi termelői piac**, mely kiváló lehetőséget nyújt arra, hogy az eladó és a vevők találkozási pontjaként szolgáljon. A helyi termelői

Project ID	HUHR/1101/1.2.3/0001
Acronym	PANNON FLAVOURS
Project Title	Development of cross-border gastronomy routes in the Pannonian Basin



piacon történő jogszerű értékesítésről alapvetően két jogszabály, az 51/2012. (VI. 8.) VM rendelet a helyi termelői piacokon történő árusítás élelmiszer-biztonsági feltételeiről, illetve az 52/2010 (IV.30.) FVM rendelet a kistermelői élelmiszer-termelés, -előállítás és értékesítés feltételeiről rendelkezik. Azoknak a helyi termelőknek, akik helyi termelői piacon szeretnének értékesíteni az alábbi jogszabályi kötelezettségek vonatkoznak.

1. *Adószám kiváltása:*

A piacon kizárólag adószámmal rendelkező őstermelő értékesíthet, ugyanis bizonylat/számla adása kötelező. Adószámot az adott adóhatóságnál lehet kérvényezni őstermelői igazolvánnyal. Nyomtatvány általában minden Önkormányzatnál található.

2. *Őstermelői igazolvány kiváltása:*

Őstermelői igazolványt az illetékes falugazdász állítja ki. Az igazolvány kiállításához szükséges megnevezni az előállítani kívánt terméket, a termelés helyét, a termelési terület nagyságát, a művelési ágat, aranykorona értéket. Nyomtatvány elérhető a helyi Önkormányzatnál.

3. *Kistermelői regisztráció:*

Ehhez a nyomtatvány szintén az Önkormányzatoknál áll rendelkezésre. Az Önkormányzatok legtöbb esetben vállalják, hogy a kistermelői regisztrációkat eljuttatják az illetékes szervhez. A kistermelői regisztrációt követően a hatóság helyszíni ellenőrzést végez, amelynek során az előállítás körülményeit vizsgálják (pl. higiénia – normál konyhai körülmények megfelelőek-e). Ezt követi az igazolás kiadása. A növénytermesztés során történő permetezésekről és a használt anyagokról vezessenek naplót! Permetezési napló elérhető az önkormányzatnál. A feldolgozott termékekről és hozzávalóiról (pl. fűszerek) vezessenek nyilvántartást.

4. *Egészségügyi kiskönyv kiváltása:*

- Feldolgozatlan, növényi eredetű termék árusítása esetén (pl. gyümölcs, zöldség), nincs szükség egészségügyi kiskönyvre.
- Ha feldolgozott terméket (lekvárt, pirospaprika őrleményt, házi savanyúságot) szeretnének értékesíteni, akkor egészségügyi kiskönyvet kell beszerezni. Ehhez tüdőszűrés és üzemorvosi vizsgálat szükséges.

5. *Nyugtatómb/számlatómb/egészségügyi kiskönyv vásárlása:*

Project ID	HUHR/1101/1.2.3/0001
Acronym	PANNON FLAVOURS
Project Title	Development of cross-border gastronomy routes in the Pannonian Basin



Nyugtatömböt/számlatömböt/egészségügyi kiskönyvet nyomtatványboltban lehet beszerezni. Ehhez az őstermelői igazolvány és adóazonosító kártya bemutatása szükséges.

- Amennyiben a kistermelő bejelenti a 210/2009. (IX. 29.) Korm. rendelet szerinti kereskedelmi tevékenység végzését is a területileg illetékes önkormányzatnál, úgy nyilvántartásba kell vetetnie magát az Agrárkamara területi szervezeténél is. ([www.agrarkamara.hu](http://www.agrarkamara.hu))
- A kistermelő csak az érvényes igazolványok és nyilvántartásba vételi határozatok birtokában kezdheti meg a tevékenységét. Az engedélyeit és okmányait mindig a gyártó telephelyen kell tartania és esetleges hatósági ellenőrzés során azokat be kell tudnia mutatni.
- Ha a kistermelő a piacon árusít, akkor az iratainak legalább a másolatával helyszínen rendelkeznie kell.
- A kistermelőnek nyilvántartást kell vezetnie az általa a saját gazdaságában előállított termékek mennyiségéről, az előállítás idejéről, az értékesített mennyiségről és az értékesítés helyéről, idejéről.
- A nyilvántartást vagy annak másolatát a kistermelőnek az árusítás helyén kell tartani és hatósági ellenőrzéskor bemutatni köteles. A dokumentációt 2 évig köteles megőrizni.

A helyi piacokon, mint speciális helyszíneken történő értékesítés megfelelőségének felméréséhez tehát az előzőekben felsorolt jogi kötelezettségeket kell megvizsgálni.

## 5. A saját helyszín fogadókészségének felmérése

Az előzőekben bemutatásra került a helyi termelői piacokon történő értékesítés, illetve ismertettük az online értékesítés előnyeit és hátrányait. A továbbiakban a helyi termelők helyi termelői piacokon kívüli, olyan **saját fenntartású helyszíneire** fókuszálunk, melyeket akár a termék előállításának helyszínén vagy akár ettől elkülönülten hoznak létre termékeik értékesítése céljából.

Ebben a fejezetben azok a legfőbb szempontok kerülnek áttekintésre, melyeket fontosnak vélünk a helyi termelők értékesítési helyszínének kiválasztásánál és



Project ID	HUHR/1101/1.2.3/0001
Acronym	PANNON FLAVOURS
Project Title	Development of cross-border gastronomy routes in the Pannonian Basin



fenntartásánál. Az általunk legfontosabbnak vélt szempontok: az értékesítési helyszín megközelíthetősége, a termékkipróbálási lehetőségek, vásárlási lehetőségek végül pedig, de nem utolsó sorban a személyi tényezők.

## 5.1. Megközelíthetőség

A helyi élelmiszereket előállító termelők esetén jellemző, hogy olyan területeken folytatnak termelést, amit az adott termék adottságaiból fakadóan megkövetel. Egy méztermelő például nem tud megfelelő terméket előállítani, ha a környék alkalmatlan méhek tartására, vagy éppen nincsen sehol megfelelő mézelő növény. A gyümölcsössel rendelkező és lekvárokat készítő kistermelő csak olyan helyszínen képes fennmaradni, ahol ennek a tevékenységnek a végzésére alkalmas ültetvények vannak. A tejtermékek előállításával foglalkozó helyi termelők nem tudnak sajtokat, túrót előállítani, ha nem tartanak kecskét vagy tehenet. Bár a szőlő szinte bárhol megterem, közismert, hogy vannak olyan szőlőfajták, melyek a homokos talajt kedvelik. Ahogyan a szőlőnek, fűzfának a különféle állatok tartásának is megvannak a maguk sajátos követelményei.

Ezek a területek tehát sokszor olyan helyszíneket jelentenek, melyek kiválasztásának elsődleges szempontja a termék előállításának történő megfelelés. Sokszor nem veszik figyelembe, hogy az adott helyszín – mely egyben sokszor a termék értékesítésének helyszíne is – mennyire elégíti ki a fogyasztói igényeket. Bár a helyi termelők sok esetben eldugott falvakban, kisebb településeken, akár tanyákon találhatóak, alapvető fontosságú, hogy a helyszín, ahol termékeiket értékesítésre kínálják fel, megközelíthető legyen a vásárlók számára. A megközelíthetőség gyakorlatilag azért olyan fontos, mert ha a potenciális vásárlók nem találnak oda, nem is fognak tudni vásárolni. Kiemelkedő szerepe van tehát az értékesítés helyszínének kiválasztásában a szóban forgó tényezőnek is.

A megközelíthetőség egyrészt azt jelenti, hogy megfelelő közlekedési lehetőségek álljanak rendelkezésre a helyszínre történő eljutás érdekében, másrészt pedig annak értékelését is érthetjük alatta, hogy a potenciális vevők vajon könnyen odatalálnak-e a helyszínre. A helyszín alatt a helyi termelő települését, és konkrét helyszínét is érteni kell. Mindkettő éppolyan fontos abból a szempontból, hogy a potenciális fogyasztók megtalálják az értékesítési helyszínt.

Project ID	HUHR/1101/1.2.3/0001
Acronym	PANNON FLAVOURS
Project Title	Development of cross-border gastronomy routes in the Pannonian Basin



**A közlekedési lehetőségek megfelelősége** a termék sajátosságaitól függ. Míg egy kisebb méretű, vagy kis kiszerelésben is kapható terméknél elegendő, ha tömegközlekedési eszközzel vagy kerékpárral lehet eljutni az értékesítési helyszínre, a nagyobb méretű termékeket, jószágokat értékesítő helyi termelőknek már arra is kell gondolniuk, hogy akkor is megközelíthető legyen a helyszín, ha valaki nagyobb vagy speciális rakodófelülettel rendelkező közlekedési eszközzel szeretne eljutni oda.

Ugyan többnyire a helyi termelőktől független tényezőnek tekinthető a helyszínre vezető utak megléte, illetve azok minősége, de a fogyasztók – főleg a távolabbról érkezőkre gondolva – számára mégis számos kellemetlenséget tud okozni, ha azok nem megfelelőek. A korábbi vevők esetlegesen elállhatnak a vásárlástól, vagy más helyi termelőkhöz fordulhatnak, ha nem megfelelőek a közlekedési lehetőségek. A potenciónalisán új vevők pedig legszélsőségesebb esetben inkább lemondanak a vásárlásról annak érdekében, hogy megkíméljék magukat az utazás kellemetlenségeitől.

**A településen belüli helyszínre történő odataláláshoz** elengedhetetlen, hogy mind azok számára, akik direkt módon keresik a helyi termelőt, mind pedig azok számára, akik csak véletlenül arra járnak, megfelelően legyen – utcanevek kiírásával, termék kiírásával, akár táblákkal, irányítónyilakkal – jelezve, hogy merre kell menniük annak érdekében, hogy eljussanak a termelőhöz. Ez a terület szorosan kapcsolódik a marketingkommunikációhoz, mégpedig annak egyik lehetséges céljához a termék, illetve termelő megismertetéséhez.

A megközelíthetőséghez szorosan hozzátartoznak a **parkolási lehetőségek** is. Ha nagyobb autóval érkezik valaki, akkor különösen fontos, hogy elegendő terület álljon rendelkezésére parkolásra az értékesítési helyszín közvetlen közelében.

A megközelíthetőség felmérésénél tehát alapvetően három tényezőt kell megvizsgálni: megfelelő-e a közlekedési lehetőségek, utak színvonala; könnyen elérhető-e, oda lehet-e találni a helyi termelőhöz; vannak-e parkolási lehetőségek, és ha igen, akkor ezek milyenek.

## 5.2. Termék kipróbálási, kóstolási lehetőségek

A helyi élelmiszereket előállító és azt helyben értékesítő termelők esetén kiemelt fontossággal bír, hogy termékeiket megismertessék és megkedveltessék a fogyasztókkal.

Project ID	HUHR/1101/1.2.3/0001
Acronym	PANNON FLAVOURS
Project Title	Development of cross-border gastronomy routes in the Pannonian Basin



Mivel szinte minden helyi termék egyedi, minden termelő másfajta terméket értékesít ezért nagyon nehéz az előzetes minőségértelmezés. Emiatt a fogyasztók joggal várják el, hogy a termékből lehetőségük legyen kóstolni. Anyagi lehetőségeik általában nem engedi meg a széleskörű reklámtevékenységet, ezért a személyes eladásból fakadó lehetőségeket minél jobban ki kell használniuk. Szeretik, ha egy adott terméket ki lehet próbálni, mielőtt bármilyen vásárlási kötelezettséget kellene magukra vállalniuk.

Egy termék megfelelő kóstoltatásához számos eszközre szükség van. Az alábbiakban azokat a kellékeket, felszereléseket soroljuk fel, melyek a kóstolási lehetőségeket maximálisan kielégítik. Természetesen termékkategóriától függően más és más eszközök szükségesek. A kóstoláshoz szükséges kellékek az alábbiak:

- **Étkezőasztal, étkezőpult:** Ha élelmiszert kínálunk kóstolásra, mindenképpen szükséges egy asztal, ahová kényelmesen le lehet ülni. Kisebb hely esetén egy kóstoló pult is megfelel ennek a célnak, de a lényeg, hogy legyen egy asztalfelület direkt abból a célból, hogy ott kóstolni lehessen.
- **Vizesblokk:** Ha a vevő számára lehetőséget biztosítunk arra, hogy ételt kóstoljon, egyen vagy igyon, arra is szükség van higiéniai okokból, hogy legyen lehetőség kézmosásra. Szükséges tehát egy mosdót kialakítani, ahol minimumkövetelmény a kézmosó, de ha a vevők jellemzően hosszabb időt is eltöltenek a helyszínen, akkor egy WC beépítése is javasolt.
- **Hulladékok tárolása:** További higiéniai szempont, hogy a termék előállítás, illetve értékesítése közben keletkező hulladékok, esetleges káros anyagok a vevők számára nem látható helyen, az eladótértől távol legyenek tárolva. Alapvetően fontos, hogy tisztaság legyen.
- **Evőeszközök és tányérok:** Ezek mellett szükségesek lehetnek evőeszközök, amivel az ételt kínálni lehet, és tányérok melyekre rá lehet helyezni a kóstolót. Nem feltétlenül szükségesek tartós anyagból készült eszközök, a papírtányér is megfelelő lehet, ha olyan a termék, hogy nem áztatja el a papírt (pl.: lekvár nem kínálható így). Nem minden termékkategória esetén ugyanolyan az evőeszközök fontossága, például egy szem szőlő kóstolásához nem szükséges evőeszköz, de egy házi joghurt kóstolásának elengedhetetlen kelléke a kanál.
- **Kiegészítő élelmiszerek:** Fontos, hogy ha olyan terméket kínálunk, amit jellemzően nem magában fogyaszt majd a vevő, akkor pozitív, ha az ehhez

<b>Project ID</b>	HUHR/1101/1.2.3/0001
<b>Acronym</b>	PANNON FLAVOURS
<b>Project Title</b>	Development of cross-border gastronomy routes in the Pannonian Basin



szükséges kiegészítő élelmiszerek is rendelkezésre állnak. Például egy lekvárkészítmény, füstölt húskészítmények vagy méz esetén javasolt egy-egy kis darab kenyérral kínálni a kóstolót.

- **További, elégedettséget növelő eszközök:** A vevő elégedettségét növelő, de nem elengedhetetlen kellékek a szalvéta és a terítő.

Ahogy az előzőekben is szó volt róla ezek a szempontok termékkategóriánként eltérő fontosságúak lehetnek, éppen ezért mindig termékspecifikus módon, az adott termékhez, termelőhöz kapcsolódva kell a helyi termelőket értékelni.

### 5.3. Személyi tényezők

A személyi tényezők kiemelten fontosak egy-egy termék vagy szolgáltatás megítélése szempontjából. Hiába jó egy termék, ha a kiszolgáló udvariatlan, nem segítőkész, vagy goromba. Nagyon fontos szempont tehát a házigazdák modora, kedvessége, nyitottsága, ami a jövőbeni hozadékokkal járhat.

A jó eladónak az alábbi tulajdonságokkal kell rendelkeznie:

- szaktudás a termékkel kapcsolatban,
- széleskörű, megfelelő informáltság az értékesíteni kívánt termék(ek)ről,
- kapcsolatteremtő, kommunikációs képesség,
- jó, bizalomgerjesztő, (a termékhez illő) megjelenés,
- alkalmazkodó képesség, rugalmasság az egyedi igények kielégítésében,
- udvariasság,
- segítőkészség,
- megbízhatóság,
- empátiakészség

Mivel a termelők közvetlen kontaktusba kerülnek a vevőkkel, kapcsolat alakul ki közöttük. Pozitív, ha egy helyi termelő nyitott, mesél a termék előállításának körülményeiről, az élelmiszerek hatásáról, ajánlott fogyasztási módokról, felhasználási

Project ID	HUHR/1101/1.2.3/0001
Acronym	PANNON FLAVOURS
Project Title	Development of cross-border gastronomy routes in the Pannonian Basin



javaslatokról. A cél annak elérése, hogy a vevő érzelmileg kötődjön a termelőhöz és a termékekhez.

A vevők elvárják a beszélgetést, azt, hogy a termékről, termelőről minél többet megtudhassanak, hiszen nemcsak a vásárlás, de a kapcsolatépítés, új ismeretek szerzése miatt is járnak ki a helyi piacokra. Cél lehet a különleges, speciális receptek, házi eljárások megismerése is.

Számos helyi termelőre, főleg az idősebb személyekre jellemző, hogy mogorvák és nem előzékenyek a vevőkkel szemben. Esetükben a vásárlók egy idő után már megfogyatkoznak és kevesebb bevételt eredményeznek, annak ellenére, hogy a termék jó minőségű. Nyilvánvaló, hogy nem mindenki alkalmas az értékesítésre, és nem mindenki veszi fel könnyen a kapcsolatot idegenekkel. Ebben az esetben, tehát ha a termelő önmaga alkalmatlan erre a szerepre, érdemes lehet megkérni az értékesítésre egy családtagot, aki szinte ugyanolyan jól ismeri a terméket, és jó kommunikációs képességgel rendelkezik. Amennyiben erre anyagilag lehetőség van egy értékesítéssel foglalkozó alkalmazottat szükséges foglalkoztatni.

A termelőknek/értékesítőknek tehát meg kell tanulniuk a vevővel szembeni alázatos viselkedést, a megfelelő kommunikációs szabályokat és ezek szerint kell viselkedniük. Ebben az esetben mindkét fél, az eladó és a vevő is jól jár, hiszen az eladó plusz profitra tesz szert a vevő pedig minőségi termékekhez jut hozzá úgy, hogy a vásárlás közben is pozitív élményekkel gazdagodik. A termelőknek egy további plusz haszonnal is járhat az, ha a vevők kellemes élményeket kötnek hozzá, hiszen ha a termékkel is meg vannak elégedve és a kiszolgálás is jó volt, akkor nagyobb valószínűséggel ajánlják a termék megvásárlását ismerőseiknek is. Ez a pozitív szájreklám hosszútávon további bevételeket hozhat a termelő számára.

#### 5.4. Vásárlási lehetőségek és feltételek

Annak ellenére, hogy a fejezet utolsó részében foglalkozunk vele, a helyi termelők értékesítési adottságainak felmérésekor a legfontosabb tényező, hogy alapjában véve megfelelőek-e a vásárlási lehetőségek és feltételek. Ha ezek nem működnek jól, az eddigiekben felsorolt – egytől egyik mind fontos – tényezők megléte semmit sem ér. A termék kóstoltatásának, a megfelelő közlekedési lehetőségek biztosításának és a

Project ID	HUHR/1101/1.2.3/0001
Acronym	PANNON FLAVOURS
Project Title	Development of cross-border gastronomy routes in the Pannonian Basin



segítőképző személyzetnek is az a célja, hogy a termékeket megfelelően értékesíteni lehessen, vagyis, hogy a potencionális vevők vásároljanak.

A vásárlási lehetőségek egyrészt azt is jelentik, hogy **milyen csatornákon keresztül jutnak hozzá a vevők a termékhez**. Ez gyakorlatilag az értékesítés helyének megválasztását jelenti, amiről már egy korábbi részben esett szó, így erre itt részletesebben nem térünk ki. Csupán annyit jegyzünk meg, hogy a minél több helyen történő értékesítés egy idő után megkövetelné, hogy a helyi, kézműves jelleggel rendelkező termékeket tömegtermelés folyamatában állítsák elő. Ebben az esetben azonban a helyi termékek már elveszítenék lényegi jellemzőiket, ezért bizonyos szinten korlátozott az, hogy hány csatornán keresztül értékesítik azokat. A korábban felsorolt kereskedelmi helyszín (otthon, helyi termelői piacon, stb.) kiválasztása azonban nem befolyásolja a helyi termék jelleget, ezért az arról hozott döntés mindenképpen fontos stratégiai kérdés. A teljes 5. részben az otthoni helyszín került a középpontba, ezért a továbbiakban is erre vonatkozóan elemezzük a vásárlási lehetőségeket.

A vásárlási lehetőségek felmérésének másik fontos szempontja annak vizsgálata, hogy **milyen fizetési lehetőségei vannak a vevőknek**. A 21. században a csak készpénzes fizetési lehetőséget sok fogyasztó kényelmetlennek találja, és sokan eleve nem tartanak maguknál nagyobb pénzüsszeget készpénzben. Ha van lehetőség rá, akkor javasolt egyéb fizetési lehetőségeket is biztosítani.

Fontos tényező, hogy **hol tud a vevő vásárolni és fizetni**. Van-e erre elkülönített asztal, vagy a levegőben kell odaadni a termékért fizetett összeget. Elsőre ugyan nem tűnik fontos tényezőnek, de gyakorlati szempontból igenis fontos, hiszen amikor egy vevő keze tele van a vásárolni kívánt termékkel, nem biztos, hogy kényelmesen el tudja keresni tárcáját, ha nincs lehetősége előtte lepakolni.

Sok esetben az **értékesítési tranzakciót megkönnyítő eszközökre** is szükség lehet, mint például a pénztárgép vagy a számológép. Ezek megkönnyítik a pénz kezelését és alkalmazásukkal elkerülhetőek félreérthető, az eladót megbízhatatlannak minősítő (pl.: a rossz pénzvisszaadásból adódó) helyzetek.



Project ID	HUHR/1101/1.2.3/0001
Acronym	PANNON FLAVOURS
Project Title	Development of cross-border gastronomy routes in the Pannonian Basin

## 6. Marketingaktivitások megfelelősége

Ugyan megfelelő termékteljesítmény nélkül hosszú távon nem lehet semmit sem értékesíteni, a kellő marketingaktivitások elengedhetetlenek még akkor is, ha egy minőségi termék értékesítéséről van is szó. Bármilyen termék értékesítését vizsgáljuk, legyenek azok termelő cégek vagy éppen őstermelők, alapvetőek kétféle marketing stratégia közül választhatnak: vagy minőségi termékeket kínálnak fel a fogyasztóknak drágább áron vagy pedig olcsóbb termékeket, melyeknek nem olyan kiváló a minőségük. Ha valaki ezektől eltérő stratégiát választ, hosszú távon nem számíthat sikerre. (Persze léteznek még egyéb stratégiák is – mint például a niche stratégia, melynek lényege, hogy az eladó egy nagyon apró piaci szegmens speciális, egyedülálló igényeit elégíti ki az értékesíteni kívánt termékkel – de ettől most eltekintünk.) A helyi termelők által megtermelt termékek már eleve rendelkeznek egy olyan hozzáadott jellemzővel, mégpedig a helyi előállítás jelleggel, ami általában plusz értéket jelent a fogyasztók számára is. Emellett ha minőségi árukat képesek előállítani, esetleg további plusz értékekkel felruházni (pl.: bio-, öko-termékek) azokat, akkor magasabb árat is elkérhetnek a felkínált termékekért. Tehát az elsőként felsorolt stratégiát javasolt számukra követni, magas minőségű terméket értékesíteni valamivel magasabb áron.

A marketing munkán belül alapvető fontossággal bír, hogy az eladásra szánt termék, annak ára, az értékesítési csatorna és a termékről kommunikált tartalom – vagyis a 4P – egymással összhangban legyen, és ezekről összességében gondolkodjon a termelő. Amellett, hogy megfelelő terméket értékesítenek a hozzá illő áron és megvásárlják az értékesítés helyét még számos marketingkommunikációs eszköz használatára van annak érdekében szükség, hogy a fogyasztók megismerjék és megkedveljék a terméket.

A kommunikációs célok között első helyet foglal el a termék, illetve a termelő megismertetése a potenciális fogyasztókkal. Ehhez kapcsolódva már szó volt a településen belüli irányítótáblákról, mint potenciálisan alkalmazott marketingkommunikációs eszközökről. Emellett még számos eszköz és csatorna rendelkezésére állhat a helyi termelőknek.

- nyomtatott sajtóban történő megjelenés (napilapok, hetilapok, magazinok, szaklapok stb.),



<b>Project ID</b>	HUHR/1101/1.2.3/0001
<b>Acronym</b>	PANNON FLAVOURS
<b>Project Title</b>	Development of cross-border gastronomy routes in the Pannonian Basin



- szabadtéri és beltéri eszközökön történő megjelenés (plakátok, reklámtáblák, molinók, járműreklám stb.),
- rádiós hirdetés
- televíziós hirdetés,
- internetes hirdetés, honlap
- mozi reklám
- direkt marketing (telefonmarketing, nyomtatott vagy elektronikus direkt mail, SMS stb.)
- vásárlásösztönzés (tájékoztató kiadványok, oktatások, termékminták, nyereményjátékok, kedvezményes vagy ingyenes szállítási lehetőség stb.)
- eseményszervezés
- vásárok, kiállítások
- személyes eladás
- marketing public relations (újságcikkek, sajtónyilatkozatok)
- kiadványok, nyomtatványok (beszámolók, szórólapok, hírlevelek, prospektusok, névjegykártya, stb.)

Általában - főleg anyagi okok miatt - nem jellemző, hogy tömegkommunikációs csatornákon (televízió, rádió) vagy mozis reklámon keresztül hirdetnék magukat a termelők. A PR eszközök használta szintén ezen okok miatt nem jellemző.

A személyes eladás, illetve a vásárok marketingkommunikációs eszközként történő használatának lehetősége minden olyan esetben fennáll, amikor a helyi termelő (vagy annak értékesítő munkatársa) személyesen találkozik a vevővel akár otthon, akár egy helyi termelői piacon.

A megfelelő csomagolás is marketingfunkciókkal bír. Ha rá van írva a termelő neve, telefonszáma, akkor sokkal könnyebben talál a vevő vissza, ha újbóli vásárlást szeretne végrehajtani. A 3.7. részben felsorolásra kerültek a csomagolással kapcsolatban elvárt funkciók. Az ott felsorolt tényezők mellett még fontos, hogy a csomagolás egyedi legyen, illetve egy a fogyasztóknak tetsző design jellemezze, ami még inkább vásárlásra készíti őket és megszeretteti velük a terméket.

Project ID	HUHR/1101/1.2.3/0001
Acronym	PANNON FLAVOURS
Project Title	Development of cross-border gastronomy routes in the Pannonian Basin



A vásárlásösztönzés és a nyereményjátékok alkalmazása szintén nem jellemző kategória, inkább a kiskereskedelmi csatornákon keresztül értékesített termékek esetén van jelen. A direkt marketingben számos lehetőség rejlik a helyi termelők számára is.

Az internetes hirdetéseknek egyre nagyobb az aránya a helyi termelők esetén is.

A marketingaktivitások megfelelőségének felmérése tehát azon kell, hogy alapuljon, hogy megvizsgáljuk, hogy az adott termelő megfelelő ár-minőség stratégiát választott-e, valamint az értékesítési csatornája és az alkalmazott kommunikációs eszközök összhangban állnak-e egymással. Fel kell mérni például, hogy a kommunikációs üzenet ellentmondásban áll-e azzal, amit maga a termék nyújtani képes (pl.: ha azt írjuk a szórólapra, hogy „friss, ropogós kenyér”, akkor nem jó, ha a kenyér lágyhéjú). Meg kell vizsgálni azt is, hogy az értékesítési csatorna megfelel-e a termék jellegéből fakadó elvárásoknak (p.: ha friss tejet árulunk, akkor ne egy szabadtéri helyi termelői piacon tegyük azt, hanem inkább egy otthon kialakított helyen, ahol megfelelően, hűtőben lehet tárolni terméket), stb.

## 7. Szálláshely minőségének felmérése

Számos helyi terméket előállító termelőnél lehetőség van arra, hogy az odalátogató vásárlók meg is szálljanak. Ilyen esetekben nagy hangsúlyt kell fektetni a szálláshely minőségi szempontjainak felmérésére is. A téma, jelentőségét tekintve akár egy külön tanulmány része is lehetne.

A kereskedelmi és a fizetővendéglátó szálláshelyek osztályba sorolását, valamint a falusi szálláshelyek minősítését a 45/1998. (VI. 24.) IKIM rendelet szabja meg. A rendelet teljes terjedelmében a következő linken érhető el: <http://www.fatosz.eu/ftp/jogszabalyok/45-1998.pdf>

A rendelet meghatározza azt, hogy mi minősül kereskedelmi szálláshelynek, minőségi osztályba sorolja a szállodákat, illetve kitér a panziók (fogadók) és egyéb szálláshelyek osztályba sorolási feltételeire is.

A tanulmány fő témáját szem előtt tartva a szállodák besorolási rendszerét nem fejtjük ki részletesen, viszont bemutatjuk a rendelet által meghatározott minőségi követelményeket azokra a szálláshelytípusokra (az üdülőházakra, turistaszállókra, fizetővendéglátó szálláshelyekre és a falusi szállásadás keretében hasznosított

<b>Project ID</b>	HUHR/1101/1.2.3/0001
<b>Acronym</b>	PANNON FLAVOURS
<b>Project Title</b>	Development of cross-border gastronomy routes in the Pannonian Basin

magán szálláshelyekre) vonatkozóan, melyek úgy gondoljuk, hogy a szállással rendelkező helyi termelőket jellemezhetik.

## **7.1. Az idegenforgalmi célból hasznosított magán szálláshelyek osztályba sorolási, illetve minősítési követelményei**

Ebben a részben kifejtésre kerülnek a fizetővendéglátó szálláshely, illetve a falusi szállásadás keretében hasznosított magán szálláshely minősítési követelményei. Úgy véljük, hogy a helyi termelők szempontjából az utóbbi a leginkább meghatározó kategória.

### 7.1.1. A fizetővendéglátó szálláshely osztályba sorolási követelményei

Fizetővendéglátás: a magán szálláshelyek idegenforgalmi célú hasznosításáról szóló 110/1997. (VI. 25.) Korm. rendeletben szabályozott magán szállásadói tevékenység.

#### *Egycsillagos fizetővendéglátó szálláshely*

Az egycsillagos fizetővendéglátó szálláshelynek legalább a következő követelményeknek kell megfelelnie:

- Többemeletes házban lévő fizetővendéglátó szálláshely esetén:
  - *Lift:* negyedik emelettől kötelező (a félemelet és a magassföldszint nem számít emeletnek).
- *Ügyelet:* a szállásadó vagy megbízottja biztosítja.
- *A szobák nagysága:*
  - Egyágyas: legalább 8 négyzetméter.
  - Egynél több ágyas: a további ágyanként 4-4 négyzetméter.
  - Maximális ágyszám: 4 ágy szobánként.
- *Bútorzat:* asztal, az ágyszámnak megfelelő ülőalkalmatosság és ruhatárolási lehetőség, az ágybetét mérete legalább 90x190 cm.
- *Szobák fűtése:* hideg napokon (a szobahőmérséklet nem haladja meg a 15 °C-t) legalább +20 °C hőmérséklet.
- *Világítás:* legalább egy központi (mennyezeti) lámpa (világítótest).
- *Vizesblokk:* a szállásadóval közös használatú fürdőszoba vagy mosdó, WC WC-kefe tartóval, WC-papírtartó papírral, egészségügyi tasakkal.

<b>Project ID</b>	HUHR/1101/1.2.3/0001
<b>Acronym</b>	PANNON FLAVOURS
<b>Project Title</b>	Development of cross-border gastronomy routes in the Pannonian Basin



- **Ivóvízellátás:** ha a lakásban található folyó víz fogyasztásra alkalmatlan, ezt fel kell tüntetni, és egyúttal a szállásadó gondoskodik az ivóvíz beszerzéséről.

### *Kétcsillagos fizetővendéglátó szálláshely*

Megfelel az egycsillagos fizetővendéglátó szálláshely követelményeinek a következő kiegészítésekkel:

- **Maximális ágyszám:** 3 ágy + 1 pótágy szobánként.
- **Világítás:** a központi világításon kívül helyi világítás biztosítása legalább a vendégágyaknál.
- **Vizesblokk:**  
Többletkövetelmény: elkülönített zuhanyozó és törülköző a vendégek részére. A törülköző és az ágynemű cseréje egyidejűleg történik.
- **Ivóvízellátás:** a vendégek részére kötelező ivóvizet biztosítani.
- **Takarítás:** 3 naponta, kivéve, ha a vendéggel kötött külön megállapodásból más következik.
- Ha a szállásadó reggeli vagy egyéb panziós étkeztetési szolgáltatást nyújt a vendégek részére, külön étkezőhelyiség kialakítása szükséges.

### *Háromcsillagos fizetővendéglátó szálláshely*

Megfelel a kétcsillagos fizetővendéglátó szálláshely követelményeinek a következő kiegészítésekkel:

- **Lift:** a negyedik emelettől kötelező.
- **Maximális ágyszám:** 2 ágy + 1 pótágy.
- **Bútorzat:**  
Többletkövetelmény: tükör, a vendégek részére külön hűtőszekrény és színes tv.
- **Szobák fűtése:** a vendég által szabályozható szobafűtés.
- **Vizesblokk:** a vendégek részére külön fürdőszoba és WC. Ágynemű- és törülközőcsere legalább 3 naponta.
- **Takarítás:** naponta, kivéve, ha a vendéggel kötött külön megállapodásból más következik.
- **Telefon:** telefonálási lehetőség a szálláshelyen belül.

<b>Project ID</b>	HUHR/1101/1.2.3/0001
<b>Acronym</b>	PANNON FLAVOURS
<b>Project Title</b>	Development of cross-border gastronomy routes in the Pannonian Basin



## *Apartment*

Az apartmannak legalább a következő követelményeknek kell megfelelnie:

- *Ügyelet:* a szállásadó vagy a megbízottja biztosítja.
- *Lift:* a negyedik emeletről kötelező (félemelet és magasföldszint nem számít emeletnek).
- *A szobák nagysága:*
  - Egyágyas: legalább 8 négyzetméter.
  - Egynél több ágyas: a további ágyanként 4-4 négyzetméter.
  - Maximális ágyszám: 2 ágy+2 pótágy szobánként.
- *Bútorzat:* asztal, tükör, az ágyszámnak megfelelő ülőalkalmatosság és ruhatárolási lehetőség. Az ágybetét mérete legalább 90x190 cm. A vendégek részére külön hűtőszekrény és a vendég kérésére színes tv.
- *Szobák fűtése:* a vendég által szabályozható szobafűtés.
- *Világítás:* a központi világításon kívül helyi világítás legalább a vendégágyaknál.
- *Vizesblokk:* a vendégek részére külön fürdőszoba és WC WC-kefe tartóval, WC-papírtartó papírral, egészségügyi tasakkal; ágynemű- és törülközőcsere legalább 3 naponta, a vendég részére külön törülköző szolgáltatása, amelynek cseréje az ágyneműje cseréjével egyidejűleg történik.
- *Ivóvízellátás:* ivóvíz biztosítása a vendégek részére kötelező.
- *Telefon:* telefonálási lehetőség a szálláshelyen belül.
- *Takarítás:* naponta, kivéve, ha a vendéggel kötött külön megállapodásból más következik.
- A vendégek részére felszerelt konyha áll rendelkezésre.

## *Apartment de Lux*

Megfelel az apartman követelményeinek a következő kiegészítésekkel:

- *Lift:* a második emeletről kötelező.
- *Bútorzat:*

Többletkövetelmény: szobaszéf.

<b>Project ID</b>	HUHR/1101/1.2.3/0001
<b>Acronym</b>	PANNON FLAVOURS
<b>Project Title</b>	Development of cross-border gastronomy routes in the Pannonian Basin



- *Szobák fűtése:* a hálószoza és a nappali szoba klimatizált.
- *Vizesblokk:* ágynemű- és törülközőcsere a vendégek kérésére akár naponta.
- A vendégek részére mikrohullámú sütővel, kenyérpíróval, kávéfőzővel, teafőzővel és az egyéb szükséges kiegészítőkkal felszerelt konyha áll rendelkezésre.

### 7.1.2. A falusi szállásadás keretében hasznosított magánszálláshely minősítési követelményei

#### *I. Általános értelmezések*

Falusi szállásadás a magánszálláshelyek idegenforgalmi célú hasznosításáról szóló 110/1997. (VI. 25.) Korm. rendeletben szabályozott magánszállásadói tevékenység.

#### 1. Szálláshelytípusok, -fajták:

- A) vendégszoza,
- B) üdülőlakás, -lakrész,
- C) üdülőház (-tanya),
- D) sátorozóhely.

#### 2. Szálláshelyek komfortfokozatai:

- összkomfortos szálláshely,
- komfortos szálláshely,
- félkomfortos szálláshely,
- komfort nélküli szálláshely.

#### *II. Alapvető minősítési szempontok*

1. Üdülésre és pihenésre alkalmas-e a települési és lakóhelyi környezet.
2. Üdülésre és pihenésre alkalmas-e, balesetet okozó körülményektől és környezeti ártalmaktól mentes-e a szálláshely.
3. A szálláshelynek és a környezetének esztétikai minősége, általános higiéniája, rendje, tisztasága megfelelő-e.
4. A magánszállásadó milyen szakmai felkészültséggel rendelkezik.
5. A hulladék(szemét-)gyűjtés és -elszállítás megoldott-e.

<b>Project ID</b>	HUHR/1101/1.2.3/0001
<b>Acronym</b>	PANNON FLAVOURS
<b>Project Title</b>	Development of cross-border gastronomy routes in the Pannonian Basin



6. A szálláshely megfelel-e a komfortfokozatok szerinti technikai alapkövetelményeknek
7. A szálláshely egészségügyi helyiségeinek, konyhájának berendezettsége és felszereltsége megfelel-e az alapkövetelményeknek
8. A vendégszobák mérete megfelel-e az ajánlott minimális alapterületnek, berendezésük és felszerelésük a minimális követelményeknek.
9. Az egészségügyi helyiségek használati módja megfelel-e a komfortfokozat szerinti előírásnak.
10. Biztosított-e reggeli vagy egyéb panziós étkeztetési szolgáltatás, illetve konyha- és étkezőhasználat.
11. Rendelkezik-e pihenőkerttel.
12. Biztosított-e a parkolási lehetőség.

## 7.2. Üdülőházak osztályba sorolásának feltételei

- A kemping területén található üdülőházra is az üdülőház osztályba sorolási feltételeit kell alkalmazni.
- Az önálló üdülőház telepnek a következő feltételeknek kell eleget tennie:
  - a telep területe pormentes, parkosított, talaja gyepvel fedett, a csapadékvíz elvezetése megoldott,
  - belső közlekedési útjai burkoltak és az egyes üdülőháznál egy gépkocsi elhelyezésére alkalmas parkoló áll a
- vendégek rendelkezésére,
  - a terület megvilágított,
  - a zárt szennyvízelvezetés és a szemétyűjtés megoldott,
  - a telep ivóvíz-minőségű vízzel ellátott,
  - 24 órás portaszolgálat, műszakonként legalább két idegen nyelv ismerete,
  - a terület éjjel-nappal őrzött,
  - a telepen vagy 500 m-en belül ABC üzlet működik,
  - a telepen vagy 500 m-en belül legalább II. osztályú melegkonyhás vendéglátó üzlet működik,
  - a telep közúton jól megközelíthető,



<b>Project ID</b>	HUHR/1101/1.2.3/0001
<b>Acronym</b>	PANNON FLAVOURS
<b>Project Title</b>	Development of cross-border gastronomy routes in the Pannonian Basin



- a portán telefon és postai levélgyűjtő szekrény áll a vendégek rendelkezésére,
- gyermekek számára játszótér van a telepen,
- a telepen sportolásra alkalmas terület vagy uszoda, illetőleg a telephez tartozóan saját strand van,
- kiegészítő szolgáltatások: sporteszköz-kölcsönzés, hostess-szolgálat, információs szolgálat, postai értékcikk-
  - árusítás, széf, gyermekmegőrzés, gyermekprogram szervezés.

### ***I. osztály***

Felszerelt és berendezett helyiségei: mint a lakosztálynál, de hálósoba helyett hálófülke, konyha helyett főzőfülke, fürdőszoba helyett zuhanyzó. Nem feltétel: terasz, rádió, televízió. Hat férőhely (három hálósoba) felett 2 WC és/vagy 2 fürdőszoba szükséges.

### ***II. osztály***

Legfeljebb háromágyas szoba, a szobában folyó víz, fürdőszobával nem rendelkező üdülőházban minden megkezdett 24 üdülőházi férőhely után legalább egy hideg-meleg vizes fürdőszoba (zuhanyzó), férfi és női WC.

### ***III. osztály***

Legfeljebb négyágyas szoba, a fürdőszobával nem rendelkező üdülőházban minden megkezdett 40 üdülőházi férőhely után legalább egy hideg-meleg vizes fürdőszoba (zuhanyzó), férfi és női WC.

## **7.3. Turistaszállók osztályba sorolásának feltételei**

A turistaszállónak legalább a következő feltételeknek kell megfelelnie:

- Fogadó-tartózkodó helyiséggel rendelkezik.

<b>Project ID</b>	HUHR/1101/1.2.3/0001
<b>Acronym</b>	PANNON FLAVOURS
<b>Project Title</b>	Development of cross-border gastronomy routes in the Pannonian Basin

- Egy szobában legfeljebb 8 fekvőhely, ágyanként legalább 5 m<sup>2</sup> alapterületet kell biztosítani. (Az emeletes ágy a minimális alapterület szempontjából egy ágynak számít.)
- *A szobák berendezése, felszereltsége:*
  - *Berendezés:* ágy/emeletes ágy (fekvőfelület ajánlott mérete: 100x200 cm, legalább 80x190 cm), fekvőhelyenként legalább egy szék, legalább egy asztal, ágyanként ruhásszekrény egység (ajánlott méret: 60x60 cm) legalább kettő darab vállfával, fedeles szeméttároló, sötétítő függöny vagy zsalu. Világítás: szobánként legalább egy központi (mennyezeti) lámpa (világítótest).
- *Fűtés:* fűtési időszakban legalább 20 °C hőmérséklet.
- *Vizesblokkok száma:* legalább 20 férőhelyenként egy közös emeleti vizesblokk és nemenként elkülönített WC, a szobákban hideg vizes kézmosási lehetőség biztosított.
  - *A vizesblokk berendezése, felszereltsége:*
    - *a szobákban:* mosdó, tükör, piperepolc, törülközőtartó, elektromos csatlakozó,
    - *közös WC:* WC-kefe tartóval, WC-papírtartó WC-papírral, a női WC-ben egészségügyi tasak is, kézmosó,
- higiénikus kézsárítási lehetőség (papírtörő vagy meleg levegővel szárítás),
- a közös fürdőben: zuhanyzó, mosdó, tükör, piperepolc, törülközőtartó, ruhafogas, fedeles szeméttároló.
- *Ágynemű-szolgáltatás:* új vendég esetén kötelező ágyneműcsere.
- *Takarítás:* legalább hetente kétszer, új vendég esetén kötelező a takarítás.
- A vendégek részére biztosítandó tájékoztatás:
  - *a szobákban:* tájékoztatás az árakról és a menekülési útvonalról,
  - *a portán:* információszolgáltatás a településről és a szálláshely közelében igénybe vehető szolgáltatásokról.
- *Parkolás:* a szálláshely környékén e célra kialakított, illetve igénybe vehető parkolóhelyen.
- A vendéggel érintkező munkakörökben a turistaszálló személyzete egyértelműen felismerhető.

Project ID	HUHR/1101/1.2.3/0001
Acronym	PANNON FLAVOURS
Project Title	Development of cross-border gastronomy routes in the Pannonian Basin



- Tárolási lehetőség hűtőszekrényben.
- 24 órás portaszolgálat vagy azt ellátni képes ügyelet. Az éjszakai bejárás lehetősége biztosított.
- A szálláshelyen vagy közelében legalább reggelizési lehetőség.
- *Egyéb szolgáltatások:* csomag- és értékmegőrzés, üzenetközvetítés, ébresztés, a portán telefon, a közös helyiségben televízió vagy rádió áll a vendégek rendelkezésére.

A felmérés fő szempontja ebben az esetben egyrészt annak eldöntése, hogy a szálláshely a megfelelő kategóriába van-e besorolva, rendelkezik-e azokkal az előírásokkal, melynek meg kell felelnie. Másrészt vannak további fontos felmérési szempontok, melyeket szükséges megvizsgálni a legjobb szálláshelyek megítéléséhez. Többek között az alábbiakat kell megvizsgálni:

- milyen a személyzet (ennek fontossága már az 5.4. részben is kifejtésre került)
- milyen a szálláshely belső tere (modern, népi), esztétikus-e
- vannak-e fakultatív programlehetőségek a közelben
- hogy érzik magukat a vendégek
- ízlik-e a felszolgált étel
- van-e internet hozzáférés
- stb.

Ezek között számos szubjektív tényező található (pl.: ízlik-e az étel, kényelmes-e az ágy, szimpatikus-e a személyzet), ezért nehéz felmérni őket, de az objektíven megítélhető (van-e internet, milyen programok vannak) jellemzőket minden esetben szükséges felmérni.